

Manual del grup de consum responsable



Introducció

Amb cada acte de consum, estem contribuint a mantenir la societat tal com és ara o bé a fer-ne una altra que sigui més justa i sostenible. Moltes persones que trien aquesta segona opció s'organitzen col·lectivament per tal d'aconseguir un consum que sigui respectuós tant amb el medi ambient com amb els drets i les necessitats de les persones productores i treballadores. El fet d'organitzar-se col·lectivament permet obtenir més varietat de productes del que podria aconseguir cada persona pel seu compte i normalment a un preu millor que les botigues gràcies a la compra conjunta i a assumir les persones sòcies la feina de distribució. La majoria dels productes comprats conjuntament i després distribuïts entre els membres del grup són de menjar (verdura, fruita, pa, làctics, carn, pasta, cafè, cereals...), però també poden ser de neteja de la llar, neteja del cos i cosmètica natural, llibres...

Aquests col·lectius reben noms diversos: grups de consum ecològic, agroecològic, crític, responsable, etc. De vegades, en comptes d'anomenar-se "grup" utilitzen la paraula "cooperativa", alguns cops perquè estan constituïdes legalment com a tals, moltes altres perquè, simplement, s'organitzen de manera democràtica i amb compromís social, que són els principis bàsics del cooperativisme.



Barcelona concentra una seixantena de grups de consum responsable, els quals alimenten més de 3.500 persones.

Podem definir el grup de consum responsable com un conjunt de persones que fan una compra conjunta permanent d'aliments ecològics i d'altres productes directament a persones o empreses productores, o a petites distribuïdores, per repartir-los després entre els seus membres.

Catalunya té una llarga tradició d'autoorganització ciutadana del consum. Des de la dècada de 1860 fins a 1939 van existir centenars de cooperatives obreres de consum. Es calcula que, en el període republicà, hi havia, només a Barcelona, una seixantena de cooperatives que proveïen unes deu mil famílies barcelonines. Però la llavor dels grups de consum crític, tal com avui els coneixem, va germinar al Japó a mitjan dècada de 1960 amb la creació del **Seikatsu Club**, i a França, Holanda i Alemanya el 1980, encara que també tenim un precedent a Catalunya, concretament a Reus, on el 1979 va néixer un primer grup de consum crític, avui cooperativa, **El Brot**.

Uns anys després, el 1988, es va fundar el **Rebost** de Girona i el 1993 el consum ecològic i responsable va arribar a Barcelona amb la cooperativa **Germinal**.

Però l'esclat creatiu del consum responsable a Catalunya té lloc a partir del 2000, impulsat pel moviment contra el capitalisme global, quan neixen molts grups i creixen els ja existents, els quals, fins i tot, han d'obrir sovint llistes d'espera perquè no poden absorbir l'allau de persones que en volen formar part.

Aleshores, el ventall de productes ecològics i de consum responsable s'amplia i la necessitat de coordinar-se entre els col·lectius i augmentar la incidència social propicia que constitueixin la coordinadora **Ecoconsum**. Més tard, el 2008, sorgeix també **La Repera** com a espai de trobada d'aquestes cooperatives amb les productores. Alhora també, aquells grups constituïts jurídicament en cooperatives ja s'havien associat a la **Federació de Cooperatives de Consumidors i Usuaris de Catalunya (FCCUC)**, mentre que els productors i les productores agroecològiques ho feien al **Consell Català de la Producció Agrària Ecològica (CCPAE)**.

Avui, a Catalunya, hi ha més de 120 grups de consum responsable. Barcelona en concentra una seixantena, els quals alimenten més de 3.500 persones.

Característiques

Les motivacions per crear un grup de consum, o afegir-s'hi, són variades: adquirir productes ecològics, sans, gustosos, de proximitat i de qualitat; compartir activitats amb persones que tenen una sensibilitat similar; contribuir a la sostenibilitat reduint la pròpia petjada ecològica; afavorir la sobirania alimentària; ajudar els productors i productores locals... Moltes vegades, aquestes motivacions s'encomanen amb el temps entre uns i altres. Podríem concloure que els grups de consum proporcionen productes més sans, sostenibles i socialment responsables, alhora que són un instrument d'aprenentatge, de conscienciació sobre el consum responsable, de creació de comunitat i de transformació social.

En un grup de consum l'aliment és considerat com el que és, un nutrient, no com un producte de mercat. S'aposta per un procés biològic, lliure de pesticides i de modificacions transgèniques, que s'adapta als cicles naturals de l'aigua, de la terra i del sol. Les compres conjuntes d'aliments que són ecològics i de proximitat, i que estan embolcallats el mínim comporten un alt grau d'eficiència ambiental i energètica.

Pel que fa al tipus d'aliment que distribueixen entre els seus membres, el ventall és molt ampli. La majoria consumeixen setmanalment aliments frescos, com ara fruites, hortalisses, verdures, ous i làctics; de vegades també carn ecològica i peix pescat amb mètodes artesanals. Hi ha grups que disposen tant d'aliments secs (tubercles, llegums, cereals, fruita assecada i begudes) com elaborats (sucs, olis, conserves, melmelades, xocolata, cafè, in-



Els grups de consum intenten suprimir intermediaris per millorar el preu tant per a la persona productora com per a la consumidora.

fusions, formatges, precuinats, pastes de sopa, galetes, farina i pa). Així mateix, poden organitzar-se per obtenir carn ecològica quan alguna persona sòcia ho demana. Però la llista d'articles pot ser molt més llarga: llibres, calçat, cosmètica, productes de neteja o pintures, etc.

Fins ara, s'han establert dos models principals de compra conjunta:

- Cistella oberta. Els membres del grup escullen els aliments que volen comprar cada setmana i, per tant, consumeixen segons les seves necessitats i els seus gustos. Aquesta opció demana que el productor sigui prou gran per afrontar una demanda que pot arribar a ser molt variada.
- Cistella tancada. El productor fa una proposta al grup, d'acord amb la temporada i les possibilitats de producció, procurant que sigui variada. Aquest sistema l'ajuda a planificar la collita i a donar sortida als seus aliments. En aquest cas, el consum s'adapta al que el camp ofereix i el preu del lot s'adequa als costos de producció.

La proximitat no és sempre fàcil de garantir per als grups de les grans ciutats. A Barcelona, la majoria dels aliments procedeixen de comarques de la rodalia, com el Baix Llobregat i el Maresme.

Quant al repartiment de les cistelles, molts productors i productores les lliuren muntades, però també hi ha grups que reben la comanda a l'engròs i se la reparteixen mitjançant el treball voluntari de les persones sòcies. En qualsevol cas, el model que escollim dependrà de les possibilitats i aspiracions, tant de cada grup de consumidores com dels seus proveïdors.

Els grups de consum intenten suprimir intermediaris per millorar el preu tant per a la persona productora com per a la consumidora. Aquesta relació directa amb el productor o la productora és més fàcil en la provisió de producte fresc, però més complicada si el producte és d'estoc. Per aquest motiu, s'han creat petites distribuïdores que abasteixen els grups d'aquest segon tipus de productes i que són cooperatives com ara **Món Verd**, que és cooperativa de treball, i **Quèviure**, que és una cooperativa de serveis integrada per cooperatives de consum i per persones i empreses productores.



Un altre punt en comú dels grups de consum és la solidaritat que estableixen amb els productors i productores agrícoles. La majoria són petites explotacions, sovint associades a una sola persona o a una família, que tenen en els grups de consum, juntament amb les ecobotigues, els seus principals clients. Per completar la gamma d'aliments que els ofereixen, aquests pagesos i pageses han anat creant xarxes de cooperació per abastir conjuntament els grups amb què es relacionen, planificant la producció.

El grup de consum i el pagès o la pagesa acorden el que consideren un preu just per als productes i també la revisió periòdica de la seva qualitat. Sovint s'estableixen dinàmiques de participació mútua: el productor va a les assemblees del grup i les sòcies d'aquest visiten el productor i les terres que els donen de menjar. Fins i tot de vegades la corresponsabilitat arriba al punt que el grup de consum ajuda a finançar nova maquinària o a rescatar la pagesa o el pagès d'alguna inclemència meteorològica que li ha malmès la producció.

Un aspecte crucial dels grups de consum és la seva dimensió social. Especialment en entorns urbans, aquests col·lectius compleixen una important funció educativa: els seus membres aprenen els ritmes i processos de la producció agroalimentària, practiquen valors com la gestió democràtica i la sostenibilitat, i coneixen altres iniciatives d'economia social i solidària com les finances ètiques (**Coop57, Fiare...**) i les cooperatives d'energia i de telecomunicacions, com **Som Energia** i **Eticom**, respectivament.

Per augmentar la incidència social, molts grups de consum es vinculen sovint a les xarxes associatives del barri, organitzen xerrades, actes lúdics, fires pageses o d'intercanvi, etc., i al mateix temps són agents mobilitzadors en la lluita contra els transgènics o altres temes socials i ecològics, tant generals com locals.

Finalment, els grups de consum acostumen a treballar en xarxa. Sovint aquells que ja estan consolidats ofereixen suport tècnic, organitzatiu i econòmic als promotors de nous grups. Els grups d'alguns barris de Barcelona han organitzat espais d'articulació territorial, com **Coopes amb Gràcia** i la **Coordinació de Cooperatives de Consum de Poblenou (CCCP)**.

Organització

Hi ha diversos tipus de grups de consum responsable; cada un amb els seus avantatges i inconvenients. Alguns són jurídicament cooperatives, la majoria són associacions i d'altres no tenen forma jurídica. Cada col·lectiu humà escull el tipus que millor s'adapta en cada moment als seus desitjos i necessitats. Vegem els avantatges i inconvenients de cada tipus.

a) Grup informal: L'agrupació de persones per a un mateix fi a través d'un acord, verbal o escrit, sense vinculacions legals és l'opció, d'entrada, més fàcil. S'estalvien tràmits i papers. Quan les persones que en formin part vulguin dissoldre el grup ho podran fer sense més. Per contra, el fet de no tenir personalitat jurídica complica el funcionament: si no es té un NIF no es poden emetre factures, ni disposar d'un compte corrent comú. De vegades també, l'extrema informalitat de l'organització obstaculitza la gestió eficient i desencadena conflictes.

A banda d'això, el grup informal no pot accedir a subvencions, té més dificultats per estar representat en entitats com el **Consell Català de la Producció Agrària Ecològica (CCPAE)** o altres organismes que requereixen als seus socis que tinguin personalitat jurídica.



b) Associació: És la fórmula més senzilla i econòmica de tenir cobertura legal. Disposar d'un NIF permet fer comandes legals i sovint accedir a un local. En comparació de la fórmula cooperativa, la constitució pot ser més àgil i simple. Tanmateix, l'associació no és la fórmula més idònia per dur a terme una activitat econòmica estable i, per tant, pot provocar desajustos i imposar límits al creixement del grup. Tampoc no és una opció viable per a projectes mixtos que associïn alhora persones consumidores i productores.

c) Cooperativa de consum: És el model jurídic que més s'adequa a la manera de fer d'aquests grups, que funcionen de manera col·lectiva i democràtica com les cooperatives. L'accés al mercat i la facturació són més senzills. A més, en cas de litigi entre persones sòcies i cooperativa, o entre persones productores i cooperativa, sempre es trobarà un empar legal.

L'inconvenient principal és que constituir-se com a cooperativa és més complicat que fer-ho com a associació: cal ser un mínim de deu persones sòcies i aportar un capital social de 3.000 €. Igualment, els tràmits són més feixucs.

En conseqüència, si el grup de consum està format per poques desenes de membres, constituir-se en associació o operar sota l'aixopluc d'una associació sembla el més pràctic. En canvi, la cooperativa sembla la millor opció per als grups de consum d'una certa dimensió i voluntat d'estabilitat en el temps i, per tant, amb un volum de facturació important, més encara si algunes feines com l'economia o les relacions amb els proveïdors i proveïdores es professionalitzen. Ser cooperativa de consum permet també associar-se a la **Federació Catalana de Cooperatives de Consumidors i Usuaris de Catalunya (FCCUC)**, formada actualment per 86 cooperatives de consum de tota mena. Aquesta entitat proporciona a les sòcies suport informatiu, formatiu i legal.

Procés de creació i primers passos

Una persona interessada a formar part d'un grup de consum té dues opcions: associar-se a un grup ja existent o bé impulsar la creació d'un nou col·lectiu al seu barri. En aquest segon cas, haurà d'engrescar altres veïns i veïnes. De vegades, la nova iniciativa es nodreix de les llistes d'espera de grups ja existents al mateix barri, mentre que d'altres sorgeixen impulsats per centres socials, ateneus i altres entitats veïnals.

Quan ja s'hagi conformat un nucli promotor, aquest pot convocar una xerrada al barri per presentar la iniciativa i ampliar el nombre de persones interessades. Després d'haver aconseguit aplegar a l'entorn de la idea una desena de persones, el següent pas serà establir col·lectivament el nom del grup i els seus objectius. Caldrà definir criteris de consum i tipus de producte, identificar possibles proveïdors i proveïdores i parlar-hi, i valorar el grau d'implicació que s'està disposat a assumir.

Pel que fa al tipus de producte, s'haurà de respondre a preguntes com aquestes: Quines són les necessitats alimentàries que es volen cobrir col·lectivament? Es desitgen únicament aliments frescos i de temporada o també productes secs i elaborats? Es vol distribuir també productes de comerç just i de consum solidari, encara que



El vincle de confiança amb el productor o la productora se segella quan es pacta un preu just per uns aliments que compleixen uns criteris ètics i socials.

no siguin tots estrictament ecològics? Es vol cobrir cooperativament altres necessitats de manera conjunta, a més de l'alimentària? Si bé algunes idees no es podran dur a la pràctica en aquesta etapa inicial, convé consensuar-les ja ara, de manera que les tinguin en ment per encaminar-s'hi.

Una vegada es comparteixin les respostes a preguntes com aquestes, caldrà identificar un productor o productora de confiança que ens abasteixi de l'essencial, que sol ser fruita i verdura fresques. Una bona opció per trobar-la és preguntar altres grups ja consolidats, perquè potser el mateix productor pot abastir el nou grup. També es poden consultar organitzacions del sector com **la Repera** o com **la Xarxeta**, que agrupa la pagesia agroecològica.

El vincle de confiança amb el pagès o la pagesa se segella quan es pacta un preu just per uns aliments que compleixen uns criteris ètics i socials. Una visita a la seva explotació sempre reforça els lligams, és una experiència molt interessant de per si i, a més, conèixer la duresa de treballar la terra permet valorar millor els aliments que es menjaran.

Posteriorment, caldrà triar entre el model de consum de cistella oberta o bé de cistella tancada, segons la voluntat de les persones sòcies i la capacitat productiva del pagès o pagesa. També, és clar, s'haurà de pensar en la logística: com es transporta el menjar, on es deixa...

Finalment, un altre punt per discutir serà l'organització interna i les dedicacions. Com és natural, pertànyer a qualsevol entitat comporta sempre una dedicació; en el cas d'un grup de consum demana dedicar un temps a fer caixes, gestionar pagaments i comandes, anar a assemblees, reposar la vitrina de productes i d'altres tasques. Per tal que tot el circuit funcioni, és recomanable organitzar-se en comissions de treball o responsabilitats i que aquest repartiment sigui com més equitatiu millor.

Les comissions de treball habituals són: Compres, comptabilitat i facturació; Rebuda i distribució; Relacions externes; Activitats culturals i Comunicació. Alhora, l'assemblea ha de fer d'òrgan de seguiment, deliberació i decisió.

A més, caldrà crear uns mitjans de comunicació mínims: un correu electrònic, una llista de correu, un web si pot ser...



Tenir un local i que estigui en condicions és una de les principals dificultats per muntar un grup de consum. En general, només els grups i cooperatives amb una llarga trajectòria i moltes sòcies es poden permetre llogar un local. També, és clar, es pot pensar que disposar d'un local durant tota la setmana per obrir-lo només un dia no té sentit. Sigui per una raó o per una altra, les formes més esteses d'accedir a un espai són buscar-lo amb altres entitats que també el necessitin per tal de compartir-lo, o bé vincular-se a un ateneu, entitat o centre social que en disposi de propi. De vegades, l'ajuntament o fins i tot una persona sòcia cedeix un local al grup. Per rebre les comandes amb comoditat, el millor és una planta baixa.

Un element fonamental de qualsevol local d'un grup de consum és que disposi d'un espai per a les cistelles dels socis i lloc on desar el producte en estoc i les sitges per als aliments a doll. També es necessiten balances per pesar el producte fresc i a doll i, si escau, una nevera, a més d'un petit espai d'oficina, amb un ordinador que disposi d'un programa de facturació i comptabilitat.

A part del model legal que adopti el grup (informal, associatiu o cooperatiu), les persones que en formin part hauran de decidir si fixen una quota d'entrada i/o una quota periòdica per cobrir les despeses fixes, o si, en comptes d'això, aquestes se sufraguen carregant un percentatge sobre el producte consumit. Les despeses habituals són el lloguer, la llum, l'aigua i alguna inversió que calgui fer. Per no tenir problemes de tresoreria, els membres del grup hauran d'acordar quan paguen la comanda i negociar amb els proveïdors i proveïdores les condicions de pagament.

Les comandes setmanals es poden pagar en efectiu o per domiciliació bancària i convé aclarir si tots els pagaments s'executaran el mateix dia o no. Dins d'aquest punt, també és bo d'aclarir si cada soci està obligat a fer comanda cada setmana. S'ha de tenir en compte que el consum esporàdic altera el ritme del grup i, sobretot, impedeix l'ingrés a persones que potser aprofitarien més la compra conjunta.

Resulta útil formalitzar l'organització en alguns documents: el quadre de preparació de comandes, el quadre de tasques assignades, el quadre de torns de neteja i la



l·lista de persones sòcies. A més, val la pena posar per escrit els criteris de compra i el protocol d'acollida de les noves persones sòcies.

A mesura que el cicle d'activitat comenci a rodar, es podrà ampliar la varietat d'aliments consumits, millorar la qualitat dels mecanismes de cooperació interns, col·laborar amb altres grups, reforçar els mecanismes de certificació directa amb les persones productores i participar en la vida general del barri.

Molts grups limiten l'admissió de noves persones sòcies en trenta o quaranta a fi de mantenir la participació i la cohesió, i perquè tota la feina que representa sigui més gestionable.

Un exemple: Germinal, SCCL

Els socis i sòcies de la cooperativa Germinal es defineixen com un col·lectiu de persones amb uns objectius comuns basats en la cooperació i la voluntarietat lliurement establertes, que volen resoldre, mitjançant el consum de productes ecobiològics, qüestions d'ordre social, laboral, econòmica, ecològica i de salut que afecten la vida i l'entorn. Germinal vol contribuir a transformar el model de consum a través d'una presa de consciència radical de les necessitats de les persones i de les responsabilitats socials i ecològiques que tot acte de consum comporta.

Germinal va ser la primera cooperativa de consum agroecològic de Barcelona, constituïda el 1993 al barri de Sants, encara que els seus inicis com a grup de consum es remunten al final de la dècada de 1980.

D'aleshores ençà, el panorama ha canviat molt. En un primer moment, van ser pioners a la ciutat, en un context on engegar iniciatives d'aquesta mena era vist com una cosa fora de lloc. Amb el temps, el ritme de constitució de grups de consum s'ha multiplicat de manera exponencial i ha impactat en iniciatives com Germinal. En aquests anys, la cooperativa ha passat de tenir un sol centre d'activitat a Sants amb quaranta famílies consumidores, a consolidar-ne cinc, que sumen un total de dues-centes unitats de consum. Quatre centres es troben a Barcelona (Sants, Sarrià, Farró-Gràcia, Poble Sec) i un cinquè a Rubí, que agrupa persones del Vallès Occidental.



A diferència d'una ecobotiga, aquesta cooperativa autogestionària no té clients, sinó sòcies amb igualtat de drets i obligacions que la fan funcionar amb el seu treball voluntari. En aquest sentit, doncs, tampoc disposa de persones que rebin una remuneració per la feina que fan dins del grup.

La cooperativa compra aliments ecològics, frescos i de temporada. Al mateix temps, procura que siguin de proximitat, per estalviar despeses d'emmagatzematge, transport i comercialització, garantir la màxima qualitat i minimitzar la petjada ecològica.

Germinal aposta per la sintonia ideològica amb la productora o el productor, sobretot pel que fa als aspectes ecològics, socials i solidaris. Amb aquest fi, hi mantenen una relació molt estreta.

Atesa la seva vocació transformadora, treballen per teixir una xarxa d'economia alternativa. En aquest sentit, mantenen contactes permanents amb altres organitzacions de consum ecològic de Catalunya, com ara **Ecoconsum** o **Cooperatives amb Gràcia**, i participen en diferents moviments socials que reivindiquen la sobirania alimentària i el cultiu lliure de transgènics. També promouen el consum responsable en assemblees locals i de barri.

Un cop per setmana, el dia d'obertura, recullen i facturen el producte d'estoc i el producte fresc (fruita, verdura, làctics i pa). Durant el cap de setmana, la Comissió de Compres fa la comanda als proveïdors i proveïdores, la qual acostuma d'arribar el dimarts o el dimecres. Aquell dia, un grup de treball rotatiu pesa i reparteix la fruita i la verdura segons la llista de cada soci o sòcia.

El dia de recollida, les persones sòcies s'adrecen al centre corresponent, recullen els aliments frescos que ja tenen preparats i, si volen, n'agafen d'altres que hi ha en estoc (envasats, cereals, llegums, productes de neteja...). Un cop recollida la comanda passen per caixa, on se'ls fa la factura i se'ls domicilia a través d'entitat bancària. Després, tornen a demanar a través del web de Germinal els productes per a la setmana vinent i el cicle recomença.

Al mateix temps que es fa la compra setmanal de productes ecològics, les persones sòcies assumeixen responsabilitats a la cooperativa, sempre de manera voluntària. Cada grup de Germinal té el seu funcionament propi, però en general s'organitzen en set comissions de treball: Comissió de compres i control de qualitat, Comissió d'infraestructura, Comis-



Tant pel que fa a l'ideari com per l'estructura organitzativa i de gestió, Germinal ha estat un referent.

sió d'administració, Comissió de relacions internes, Comissió de relacions externes, Comissió de formació i Comissió d'informàtica. Aquestes comissions es coordinen mitjançant una Comissió Permanent. Alhora, existeixen comissions formades per persones dels diversos grups de Germinal.

A banda de formar part d'alguna comissió, socies i sòcies participen en les activitats i les reunions periòdiques i assisteixen a l'assemblea general, que se celebra dos cops l'any. Allà es tracten les qüestions que interessin a la cooperativa i les accions a emprendre es determinen per consens.

Per donar d'alta com a sòcia una nova persona, s'activa un procés de coneixement mutu que dura dos mesos. Primerament, a les persones interessades se'ls envia un document que recull de manera exhaustiva criteris, motivacions, funcionament, organització i drets i deures de les sòcies. Al cap d'una setmana, aproximadament, se les convoca a una entrevista al centre d'activitat on vulguin integrar-se per tal de comentar els diferents aspectes del document i aclarir bé què implica associar-se a la cooperativa.

Un cop rebuda la informació, si l'interès perdura, la persona haurà d'emplenar una butlleta d'inscripció, lliurar-la a la coordinadora, abonar 30 € en concepte d'aportació al capital social i 15 € de la quota trimestral. A partir d'aquest moment, ja és sòcia de Germinal i pot començar a consumir, encara que no entrarà a formar part d'una comissió de treball fins al cap de dos mesos. Durant aquest període, rebrà informació exhaustiva sobre els aspectes ideològics, organitzatius i pràctics de la cooperativa.

Tant pel que fa a l'ideari com per l'estructura organitzativa i de gestió, Germinal ha estat un referent per a la resta de cooperatives i grups de consum.

Alguns reptes dels grups de consum responsable

1

Promoció del consum responsable en un sentit ampli

Complementar les operacions pròpies de la compra conjunta de menjar amb la promoció d'altres consums de manera responsable (energia, telecomunicacions...), l'organització d'activitats de sensibilització tant interna com externa sobre temes que hi estan relacionats (reducció del consum, sobirania alimentària, finances ètiques, economia social i solidària, etc.) i amb pràctiques de suport mutu i creació de comunitat per satisfer necessitats més enllà del consum.

2

Crear xarxes de grups de consum i enfortir les existents

Ja funcionen diferents espais de coordinació entre els grups de consum, però costa d'imprimir-los regularitat. Possiblement perquè mantenir un grup de consum responsable ja absorbeix moltes energies per part del grup humà que l'impulsa. Com en altres casos, l'urgent és enemic de l'important: l'enfortiment de la coordinació entre els grups de consum milloraria a mitjà termini la viabilitat i la visibilitat de cada projecte, però a curt termini coordinar-se representa invertir un esforç inicial que costa d'assumir.

3

Compartir les llistes d'espera

D'aquesta manera, ajudarem a ampliar els grups que ho necessitin per ser més sostenibles. Aquest repte té a veure amb l'anterior: enfortir la coordinació entre els grups de consum.



Alguns reptes dels grups de consum responsable

6.

4

Trobar productors i productores que vulguin abastir els nous grups

Cal tenir en compte que l'accés a la terra és complicat i que la rendibilitat arriba a llarg termini. De vegades, és el mateix grup de consum el que ajuda algunes persones membres o properes a convertir-se en pageses i, per tant, en proveïdores del grup.

5

Actualització dels criteris

Replantejar-se amb regularitat els proveïdors i proveïdores, com també els seus criteris de producció, a fi de mantenir la consciència crítica a l'entorn de què estem consumint, sobretot quan decidim consumir nous productes o comprar a noves persones i empreses productores. No es pot donar per fet que un proveïdor o proveïdora compleix indefinidament els criteris de qualitat ecosocial perquè, quan se'l va conèixer, els complia. Els estàndards ecològics, laborals i socials es poden relaxar amb el temps; per això convé revisar-los. De pas, aquesta reavaluació constitueix una bona manera de conscienciar i integrar els nous socis i sòcies del grup de consum que no van participar al seu dia en la discussió dels criteris ni en la tria de productes i de persones i empreses proveïdores.

6

Locals adequats i estables

Establir acords estables i formals amb ajuntaments o altres institucions públiques i privades per poder disposar de locals adequats i de manera estable.

Directori per saber-ne més i per contactar

La Repera

repera.wordpress.com

La Xarxeta

pagesosagroecologics.com

Ecoconsum

ecoconsum.org

Xarxa de Consum Solidari

<http://xarxaconsum.net/ca/>

**Pam a Pam | El teu mapa de consum
responsable**

www.pamapam.org

**Els grups i les cooperatives de consum
ecològic a Catalunya. Diagnòstic de la
situació i promoció del cooperativisme**

Novembre de 2010. FCCUC.

[http://xarxanet.org/sites/default/files/
Diagnosi_grups_de_consum_Catalunya.pdf](http://xarxanet.org/sites/default/files/Diagnosi_grups_de_consum_Catalunya.pdf)

**Grups i cooperatives de consum agroecològic
a Barcelona.** Esther Vivas

[https://esthervivas.com/2010/01/19/grups-i-
cooperatives-de-consum-agroecologic-a-
barcelona/](https://esthervivas.com/2010/01/19/grups-i-cooperatives-de-consum-agroecologic-a-barcelona/)

**Federació de cooperatives de consumidors i
usuaris de Catalunya (FCCUC)**

<http://www.fccuc.coop>



**Ajuntament de
Barcelona**

Economia
Cooperativa,
Social i Solidària
i Consum



Continguts i disseny:
L'apòstrof

Diagnosi i estudi de cas:
Etcèteres